

УМОВИ КОНКУРСУ

«АЙДЕНТИКА І КОРПОРАТИВНІ РЕСУРСИ ННІЖ»

Конкурс «Розробка айдентики і фірмового стилю Навчально-наукового інституту журналістики» організовує Науково-навчальний інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка задля того, щоб модернізувати свій образ — зробити його виразнішим, привабливішим для аудиторії, відповідним сучасним тенденціям.

Мета конкурсу — на основі аналізу ідей конкурсантів знайти та реалізувати оптимальні рішення, спрямовані на увиразнення та посилення бренду ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка.

Учасники конкурсу

Конкурс проводиться серед студентів і випускників ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка, які прагнуть удосконалити бренд ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка (офіційний сайт, сторінки у соціальних мережах, рекламні та презентаційні матеріали тощо).

До конкурсу допускаються проекти, підготовлені одноосібно та у співавторстві (не більше трьох осіб).

Нагороди конкурсу:

- 1 місце — 500 євро;
- всі учасники конкурсу отримають пам'ятні призи і дипломи.

Переможців визначає Жюрі конкурсу:

Випускник-практик – буде оголошено пізніше

Володимир Різун, доктор філологічних наук, професор, директор ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка

Валерій Іванов, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка

Сергій Шащенко, асистент кафедри мультимедійних технологій і медіадизайну ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка

Андрій Менько, голова Студпарламенту ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка

Терміни

Прийом робіт — 01.12.2023 – 29.02.2024.

Оголошення переможців — до 18.03.2024.

1. Подання розробок

Учасники конкурсу подають конкурсні роботи через гугл-форму, де вказують дані про себе, а також додають покликання на свій Google Drive (усі файли розробки в окремій папці).

2. Технічні вимоги

Розробка на конкурс повинна містити всі необхідні елементи — *див.* Таблиця.

Наше бачення майбутньої айдентики представлено у брифі — *див.* Додаток 3.

Роботи не приймаються до розгляду, якщо не відповідають вимогам конкурсу.

Формат виконання роботи — один структурований макет із версткою елементів айдентики у вигляді презентації. Це може бути проєкт у Figma чи pdf (до pdf окремо додаються файли з логотипом та шрифтами).

Кожен учасник конкурсу створює папку на своєму Google Drive, куди завантажує файли розробки у високій якості згідно з технічними вимогами з відкритим доступом для перегляду користувачам: e.tsymbalenko@knu.ua (Євген Цимбаленко) і cata.sokolova@knu.ua (Катерина Соколова)

Перелік елементів розробки

№	Елементи розробки	Формат
1	Логотип: - основний варіант (графічний і текстовий компоненти); - логотипний блок (зі слоганом, адресою інституту, адресою вебсайту); - горизонтальне/вертикальне компонування (взаєморозміщення графічного і текстового компонента — один під одним чи у рядок); - монохромний варіант логотипа; - охоронне поле логотипа.	У форматі векторної графіки svg або eps (тексти, графічні компоненти, обведення — усе у кривих)
2	Палітра кольорів (див. Додаток 1. Приклад оформлення палітри кольорів (у колірних моделях RGB, CMYK, HEX))	У колірних моделях RGB, CMYK, HEX
3	Корпоративні шрифти та рекомендації щодо текстового оформлення (система текстової ієрархії). - заголовок; - підзаголовок. - основний текст; - цифри; - великі літери; - маленькі літери; - кирилиця; - латиниця.	otf чи ttf
4	<i>Дизайни платформ на основі розробленої айдентики:</i>	
4.1	Дизайн сайту — прототип офіційного сайту, створений на платформі Figma та із визначеною структурою (див. Додаток 2 «Структура офіційного сайту»).	покликання на прототип у Figma
	Увага! Слід подати приклади оформлення таких сторінок сайту ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка: - Головна - Про нас - Керівництво - Гаранти ОП - Розклади семестру - Практика - Дослідження думки стейкхолдерів - Студпарламент - Портал для вступників - Форма зворотного зв'язку - Контакти.	
4.2.	Дизайн інстаграм-сторінки — оформлення шапки профілю - іконки для вибраних сторіз;	.png

	- дизайн стрічки — плитка з дев'яти зображень з унікальним дизайном на основі розробленої айдентики	
4.3	Дизайн фейсбук-сторінки: - хедер; - головне зображення; - зразок публікації	.png
4.4	Дизайн ютуб-каналу: - хедер (класична і мобільна версії); - основне зображення	.png
4.5	Дизайн офіційного бланка	.png
4.6	Дизайн мерчу: - футболка; - ручка; - еко-сумка	.png
4.7	Дизайн візитної картки	.png
4.8	Дизайн зображення для гугл-класу	.png
4.9	Дизайн презентації — тема (шаблон) для Microsoft PowerPoint	.png

3. Організація робіт

Переможець (переможці) конкурсу співпрацюватимуть з організаторами конкурсу та застосують усі розроблені матеріали на офіційних ресурсах ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка.

Переможець конкурсу отримає грошову премію у розмірі *500 євро*.

Після оголошення переможців 300 євро буде виплачено відразу.

Решту суми буде виплачено після перенесення розробленого дизайну на корпоративні ресурси ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка.

На виконання робіт переможцю (переможцям) конкурсу дається *1 місяць*.

ДОДАТОК 1

Приклад оформлення палітри кольорів (у колірних моделях RGB, CMYK, HEX)



ДОДАТОК 2

Структура офіційного сайту

Головна

Про нас

Керівництво

- Директор
- Заступники директора

Кафедри та лабораторії

- Кафедра соціальних комунікацій
- Кафедра мови та стилістики
- Кафедра телебачення і радіомовлення
- Кафедра історії журналістики
- Кафедра періодичної преси
- Кафедра видавничої справи та редагування
- Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю
- Кафедра кіно- і телемистецтва
- Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну
- Інформаційно-обчислювальний сектор
- Міжкафедральна навчальна медіалабораторія

Бакалаврат

- Освітні програми
- Гаранти ОП
- Розклади семестру

- Розклади сесії
- Практика
- Дослідження думки студентів

Магістратура

- Освітньо-професійні програми
- Освітньо-наукова програма
- Гаранти програм
- Розклади семестру
- Розклади сесії
- Практика

- Дослідження думки студентів

Наукова робота

- Наукові видання
- Наукові заходи
- Наукові керівники
- PhD-підготовка
- Докторантура
- Проєкти та гранти

Партнерство

- Дослідження думки стейкхолдерів
- Міжнародна співпраця

Інститутська спільнота

- План виховної роботи
- Профспілка
- Студпарламент

Абітурієнтам

- Портал для вступників

Форма зворотного зв'язку

Контакти

- Тел.
- Пошта
- Соцмережі

Примітка. Сірим кольором у структурі позначено сторінки, для яких слід надати дизайни на основі розробленої айдентики)

ДОДАТОК 3. БРИФ

Клієнт

НАЗВА ПРОЄКТУ

Айдентика Навчально-наукового інституту журналістики

ІМ'Я КЛІЄНТА

Директор Навчально-наукового інституту журналістики Володимир РІЗУН

БРЕНД

Навчально-науковий інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка

ГАЛУЗЬ

Освіта

КОНТАКТИ

ВІДПОВІДАЛЬНА ОСОБА

EMAIL

ТЕЛЕФОН

Заступник директора з науково-педагогічної роботи Євген ЦИМБАЛЕНКО

e.tsymbalenko@knu.ua

+380444814445

ПОШТОВА АДРЕСА

вул. Юрія Іллєнка, 36/1, м. Київ, 04119

ПРО ПРОЄКТ

МЕТА

Розробити айдентику, яка відповідатиме статусу найстаршої і найпотужнішої школи журналістики в Україні.

МОЖЛИВОСТІ

На цей момент ми помічаємо розчарування серед студентів і навіть вступників, коли вони бачать офіційний сайт Навчально-наукового інституту журналістики. Сайт не є юзер-френдлі. У ННІЖ немає айдентики. Існує старий логотип, який досі зберігся за звичкою і не змінювався жодного разу з 2005 року. Ні студенти, ні викладачі не вважають його якісним. Він не несе жодного смислового навантаження. Дехто зі студентів навіть писав про плагіат у соціальних мережах. Також немає кольорової палітри і шрифтів, немає єдиного корпоративного стилю. Ми покладаємо великі надії на нову айдентику, оскільки це повністю змінить наші корпоративні ресурси, осучаснить їх. Ми прагнемо, щоб колектив інституту з гордістю використовував нову айдентику.

ЦІЛІ

1. Зробити повний редизайн айдентики Навчально-наукового інституту журналістики (забути про поточний логотип раз і назавжди).
2. Перенести створені елементи дизайну на корпоративні ресурси.
3. Продемонструвати, що ННІЖ готовий розвиватися в тому ж темпі, що і світ і готовий не відставати від сучасних трендів.

ЕЛЕМЕНТИ ДИЗАЙНУ

Головне – логотип не має бути графічним відображенням кліше. Це точно не має бути мікрофон, камера, іконки соціальних мережах. Це не має бути щось, що зліплено за 2 хвилини в Канві. Це не має бути аббревіатура ННІЖ. Це має бути графічний елемент і повна назва інституту. Графічний елемент можна використовувати окремо або з текстовою частиною. Це має бути результат аналізу трендів, розуміння значення кольорів і формування кольорової палітри з огляду на це. Ми очікуємо, що в результаті конкурсу отримаємо корпоративний стиль, якого не мали до цього.

ЦІЛЬОВА АВДИТОРІЯ

ЦІЛЬОВА АВДИТОРІЯ

Наша первинна аудиторія – це наші студенти. Ми надаємо їм освітні послуги і вони мають бути на найвищому рівні, аби відповідати тим очікуванням які студенти мали, коли вступали до нас. Корпоративні ресурси і робота з ними – це частина освітніх послуг, які отримують наші студенти.

Наша вторинна аудиторія – це вступники. Коли вони вступають, вони звертають неабияку увагу на офіційний сайт інституту і його логотип. Критично важливо це в тих ситуаціях, коли батьки вступників самі є потужними практиками медіагалузі. Коли такі вступники бачать наші корпоративні ресурси, у них виникають сумніви щодо рівня підготовки фахівців у ННІЖ. Тобто прислів'я «**чоботар без чобіт**» набуває прямого значення. Батьки-практики справедливо зауважують, коли запитують: «Які знання може дати цей інститут, якщо у них навіть немає власної айдентики і корпоративного стилю?».

ЦІЛІ БРЕНДУ

Ми прагнемо, щоб студенти ННІЖ з гордістю послуговувалися новою айдентикою, а вступники і батьки-практики за рівнем наших корпоративних ресурсів бачили, що у ННІЖ їх діти стануть справжніми фахівцями медіагалузі.

БАЖАНА РЕАКЦІЯ

Ми прагнемо, щоб нова айдентика ННІЖ викликала захват аудиторії своєю простотою і, водночас, комплексністю. Нова айдентика ННІЖ має бути сучасною та легко впізнаваною. Випускники мають із гордістю використовувати цю айдентику. Ми знаємо, що багато поколінь студентів намагалися ініціювати зміну логотипа, дехто навіть пробував це зробити. Ми бути б щасливі, якби студенти, які бачитимуть нову айдентику, мали одну думку «Класний логотип!»

СТАВЛЕННЯ

ТОН

Максимально серйозний, офіційний, гідний, компетентний, чесний, порядний, але при цьому творчий.

ОСОБИСТІСТЬ БРЕНДУ

Креативна, інноваційна, смілива, професійна, етична, потужна, сучасна, прагне розвитку, завжди має купу ідей, є майстром комунікації в будь-якій ситуації.

КОНКУРЕНТИ

РЕФЕРЕНСИ



ЯК МАЮТЬ ЗАПАМ'ЯТАТИ БРЕНД

Як лідера у підготовці медійників. Це лідерство має щоденно підтверджуватися рівнем компетентності науково-педагогічних працівників ННІЖ, а також максимально відповідним цьому статусу логотипом і дизайном корпоративних ресурсів.

ТЕГЛАЙН

КНУ імені Тараса Шевченка